

**Por que Paris?
Análise de capas da revista Época a partir de valores-notícia**

***Why Paris?
Analysis of Época magazine's covers through newsworthy theory***

Willian Hideo SAIZAKI¹
Marcelo Fernando de LIMA²

Resumo

Apenas uma pequena porção dos fatos que ocorrem todo dia no mundo é noticiada. Em uma revista semanal, a notícia é o conteúdo principal e a capa é um elemento de destaque da publicação. A partir de uma situação que aconteceu nos bastidores da revista Época, na edição 910, com a mudança da capa da tragédia em Mariana para a tragédia em Paris, este artigo pretende investigar esses dois eventos noticiosos a partir de critérios de valor-notícia definidos por Galtung e Ruge. Para isso, os dois eventos foram analisados qualitativamente levando em conta critérios de noticiabilidade propostos pelos autores, que apontam que um fato é mais relevante quando atinge uma quantidade maior de frequências para a recepção.

Palavras-chave: Jornalismo. Valores-notícia. Capa de revista.

Abstract

Only a small portion of the facts which occur every day in the world becomes news. In a weekly magazine, the news is the main content, and the cover is an important element. From a situation that happened in Época magazine, issue 910, with the change of the tragedy of the cover from Mariana to the tragedy of Paris, this article intends to investigate these two news events by using the newsworthy theory, defined by Galtung and Ruge. For this purpose, we analyzed qualitatively two events by using the theory, which points out that a fact is more relevant when it can reach a bigger range of frequency during its reception.

Palavras-chave: Journalism. Newsworthy theory. Magazine cover.

¹ Graduado em Administração (Universidade Federal do Paraná). Graduando do Curso de Comunicação Organizacional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. E-mail: wsaizaki@gmail.com

² Doutor em Letras. Professor adjunto da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) - Campus Curitiba, com dedicação exclusiva, atuando no Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação (DALIC). E-mail: marcelolima@utfpr.edu.br

Introdução

A capa da revista *Época*, edição 910, de novembro de 2015, apresentou na chamada principal uma pergunta que tinha a intenção de mostrar ao público leitor a notícia mais importante da semana. No entanto, dois acontecimentos disputavam a atenção da mídia brasileira: a tragédia em Mariana e a tragédia em Paris.

No blog da revista, Alexandre Lucas (2015), diretor de arte da publicação, revelou uma situação que envolveu a criação dessa capa. Ele contou que a revista já tinha uma capa definida, retratando a ruptura da barragem em Mariana. Ou, em outros termos, a tragédia em Mariana, um evento ambiental, ocorrido no Brasil. Mas, diante de um novo fato ocorrido, o ataque terrorista em Paris, a capa foi alterada, às pressas, para dar visibilidade a esse evento noticioso. Ou, em outras palavras, um evento internacional, na França.

Diante disso, este estudo vai abordar a importância da capa para a revista e analisará o motivo da escolha de outro tema, que provocou a criação da segunda opção de capa, por meio do estudo dos valores-notícia. Assim, a pergunta da capa acaba se tornando a pergunta desta pesquisa: Por que Paris? Ou, nessa mesma lógica, por que não Mariana?

Notícia, noticiabilidade e valor-notícia

Para entender o processo de escolha de determinados fatos que se transformam em notícias, a teoria do *newsmaking* auxilia nesta direção. Por meio da teoria, o jornalismo “é uma construção social de uma suposta realidade” (PENA, 2013, p.128). Esse modelo teórico está preocupado com o processo de produção noticiosa.

Nesse sentido, a produção das notícias é o exercício de uma atividade que seleciona os fatos considerados importantes, a partir de um senso comum das redações, que reconhece nos fatos as notícias. A perspectiva dessa teoria é construtivista, na qual as notícias informam e têm referência na realidade (PENA, 2013).

Felipe Pena (2013, p. 130-131) sintetiza a teoria do *newsmaking* a partir de práticas existentes nas redações:

Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do *newsmaking*. [...] Uma das práticas é a noticiabilidade. [...] Outra prática é a sistematização do trabalho jornalístico.

A partir desses pressupostos, pode-se entender que a notícia é produzida a partir de critérios de noticiabilidade e pela organização do trabalho nas redações.

O conceito de notícia já foi estudado por diversos autores. Esses autores utilizam elementos diversos para caracterizar o que deve ser considerado notícia. Piedrahita (1993, p. 30) apresenta uma definição bem simples: “[...] relato de uma ideia, acontecimento ou problema de atualidade que interessa ao público”. Já para Luiz Amaral (1997, p. 39), notícia é “tudo que o público necessita saber, tudo que o público deseja falar”. A partir dessas definições, pode-se perceber, em sua essência, um caráter de importância dada a determinados eventos, com potencial de se tornar notícia.

Diante da pluralidade de acontecimentos que ocorrem no mundo, é necessário definir alguns critérios de importância e noticiabilidade. Segundo Mauro Wolf, noticiabilidade é definida como “o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias” (2009, p. 195). Além disso, o autor define valores-notícia como componentes de noticiabilidade que constituem resposta à pergunta: “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia” (2009, p. 195).

Traquina define noticiabilidade como o “conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, de possuir valor como notícia” (2005, p. 63). Esses critérios são baseados em valores-notícias partilhados pela comunidade jornalística.

Os critérios, operações e instrumentos para escolha do que é notícia também ficam evidenciados no relato do jornalista Ricardo Noblat (2006, p.31):

É o que aprendemos, com anos de ofício, que a notícia está no curioso, não no comum; no que estimula conflitos, não no que inspira normalidade; no que é capaz de abalar pessoas, estruturas, situações,

não no que apascenta ou conforma; no drama e na tragédia, e não na comédia ou no divertimento.

Noblat (2006, p. 31) sintetiza notícia como “tudo o que os jornalistas escolhem para oferecer ao público”. Essa escolha é necessária porque há uma quantidade limitada de notícias que podem ser publicadas em uma edição da revista, por exemplo.

Capa de revista

Este estudo visa analisar a capa da revista *Época* e a escolha da revista em evidenciar uma notícia, projetando-a na capa. A *Época* tinha dois acontecimentos importantes, mas a capa só tem espaço para destacar um deles. Como enunciado, uma capa tinha a tragédia em Mariana como figura principal, e outra a tragédia em Paris (Figura I). Esta última acabou se tornando a capa da edição 910. No interior da revista, esses acontecimentos foram categorizados como “cena nacional” e “cena internacional”.

Figura I – Capa anteriormente criada, à esquerda, e capa publicada, à direita



Fonte: Revista *Época*

O evento em Mariana foi uma tragédia ambiental causada pelo rompimento da barragem que continha os resíduos da extração mineral da empresa Samarco, com potencial para contaminar as áreas de contato. Na capa anterior, a chamada aludia ao conteúdo da revista que pretendia responder sobre as “razões da tragédia”, e tinha como imagem da capa uma fotografia que retratava o cenário após a tragédia.

O evento em Paris foi um ataque terrorista. A cidade foi escolhida, provavelmente, por ser um dos símbolos da cultura do mundo ocidental, representando uma visão de mundo incompatível com a dos grupos radicais islâmicos, que orientam a mentalidade dos terroristas. A capa publicada tinha como chamada principal a pergunta “Por que Paris?”, com o objetivo de seduzir o leitor para comprar a revista em busca de entender os motivos da tragédia. A imagem escolhida para ilustrar a capa foi uma arte que colocava a torre Eiffel em uma atmosfera nebulosa.

Este trabalho vai analisar as duas notícias, e a escolha de uma para assumir a posição de maior destaque da publicação, a capa, a partir dos valores-notícia de Galtung e Ruge. Antes de seguir para a análise da escolha da notícia principal que assumiu a chamada principal da revista *Época* é necessário entender o conceito de revista e a importância da capa para a publicação.

Para avaliar uma mídia, é necessário conhecê-la. Por isso, definir revista é essencial para o entendimento desse material comunicativo. Segundo Barbosa e Rabaça, revista é:

Uma publicação periódica que trata de assuntos de interesse geral ou relacionados a uma determinada atividade ou ramo do conhecimento (literatura, ciência, comércio, política, etc.). Produzida em forma de brochura, a revista apresenta-se geralmente em formato menor do que o jornal, maior número de páginas e capa colorida, em papel mais encorpado. Veículo impresso, de comunicação e propaganda, quase sempre ilustrado, que atinge a um público determinado de acordo com suas características específicas e sua linha editorial (BARBOSA & RABAÇA, 2001, p. 646).

A partir dessa conceituação, pode-se perceber que uma característica da revista é a periodicidade. Segundo Fátima Ali (2009, p. 208), “as revistas não podem competir em atualização com a internet, o rádio, os jornais e a televisão”. Até no caso das revistas semanais, como a *Época*, a notícia já é velha quando o exemplar chega ao leitor.

Outra característica da revista é o formato e a disposição gráfica, que a diferencia de outras mídias. Fatima Ali, diante dessas características, destaca o estético na revista. Para justificar seu ponto de vista, a autora afirma:

Não há quem resista parar em uma banca ou livraria para olhar as capas: as cores brilhantes, as fotos atraentes, as chamadas intrigantes e

visual bem cuidado. Tem papel de qualidade, ilustrações e fotos coloridas, tipografia elaborada e design elegante. É agradável tocar e folhar suas páginas (ALI, 2009, p. 18).

A partir disso, pode-se perceber que “a capa é o primeiro contato visual do consumidor com o produto” (BARBOSA & RABAÇA, 2001, p. 124). Esse espaço é tido como o mais importante recurso visual de que o veículo dispõe, servindo de “vitrine” para as informações que serão nele veiculadas. A capa leva o leitor a um primeiro contato com as notícias e o convida a ler o restante da publicação. Serve, assim, como um instrumento para conquistar leitores logo em sua primeira página (FERREIRA JUNIOR, 2003).

A chamada principal é a notícia de maior visibilidade. A escolha do tema que vai figurar nesse espaço depende do que a publicação considera mais relevante. A principal matéria da revista deve ser aquela que tenha a maior importância em relação às outras notícias.

Seguindo essa perspectiva, a capa da revista vai funcionar como vitrine para seduzir o leitor a partir de um conjunto de elementos que chamem a atenção para a compra do material jornalístico.

Análise das capas

Galtung e Ruge (1993) apresentam a cadeia da comunicação noticiosa como um fluxo que se inicia em um acontecimento do mundo, que segue para uma percepção e imagem dos *media*, e finaliza com a percepção e imagem pessoal, ambos com suas respectivas seleções e distorções inerentes a cada processo.

Esses autores (1993) vão se aprofundar na primeira etapa, que se conclui no produto jornalístico. Este é produzido a partir dos acontecimentos do mundo até à imagem da notícia. Tem-se, assim, o foco de observação direcionado a aspectos de como os acontecimentos se transformam em notícias.

Para explicar os processos que constituem a produção da notícia, que em outros termos significa a percepção e imagem dos *media* a partir de um acontecimento do mundo, os autores (1993) utilizam a metáfora das estações radiodifusoras. Nessa interpretação, o mundo emite sinais de forma contínua, que são selecionadas a partir da

frequência que é utilizada para a captação desses sinais, os acontecimentos mundiais, que são sintonizadas pelo receptor da rádio. Como não se pode registrar tudo, deve-se fazer uma seleção, a partir do que possa chamar mais atenção. Essa escolha, que define qual acontecimento será considerado relevante, é determinada culturalmente.

Vale lembrar que se trata de uma metáfora, e nesse sentido, “por frequência de um acontecimento entendemos o espaço de tempo necessário para este se desenrolar e adquirir significado” (GALTUNG & RUGE, 1993, p. 64)

Diante dessa dificuldade de selecionar um acontecimento, a partir de fenômenos que ocorrem no mundo, Galtung e Ruge (1993) criaram uma lista para definição dos critérios para a recepção desse sinal emitido pelo mundo. Os oito primeiros se baseiam em discussões do que facilita e impede a percepção, e não dependem de parâmetros culturais. Já os demais evidenciam que fatores culturais influenciam a transição dos acontecimentos em notícias.

F1: Se a frequência do sinal estiver fora da sintonia, não se fará o registro.

F2: Quanto mais forte for o sinal e quanto maior a amplitude, mais provável será a audição dessa frequência.

F3: Quanto mais claro e inequívoco for o sinal (quanto menos ruído houver), mais provável será a audição dessa frequência.

F4: Quanto mais significativo for esse sinal, mais provável será a audição dessa frequência.

F5: Quanto mais consonante for o sinal com a imagem mental do que se espera encontrar, mais provável será a audição dessa frequência.

F6: Quanto mais inesperado for o sinal, mais provável será a audição dessa frequência.

F7: Se um sinal for sintonizado, é provável que mereça a pena escutá-lo.

F8: Quanto mais um sinal for sintonizado, mais valerá a pena sintonizar um tipo de sinal diferente da próxima vez.

F9: Quanto mais o acontecimento diga respeito às nações de elite, mais provável será a sua transformação em notícia.

F10: Quanto mais o acontecimento diga respeito às pessoas de elite, mais provável será a sua transformação em notícia.

F11: Quanto mais o acontecimento puder ser visto em termos pessoais, devido à ação de indivíduos específicos, mais provável será a sua transformação em notícia.

F12: Quanto mais negativo for o acontecimento nas suas consequências, mais provável será a sua transformação em notícia (GALTUNG & RUGE, 1993, p. 63-67).

A partir dessa lista, os dois acontecimentos serão comparados nesses parâmetros para avaliar, de forma qualitativa, a relevância de cada um desses eventos para verificar se a mudança da capa da *Época* foi baseada nos critérios de valores-notícia, para ponderar o valor de cada notícia.

Com relação à frequência “F1”, no que se refere à duração do evento, o ocorrido em Mariana foi o mais prolongado. A ruptura da barragem levou um mar de lama para além das fronteiras da cidade mineira, devastando a área próxima atingida, contaminando os rios e levando resíduos para o Oceano Atlântico. Já o ocorrido em Paris foi rápido em comparação ao outro acontecimento. Foi uma série de ataques pontuais, de práticas terroristas, ocorrido no dia 13 de novembro de 2015.

Na observação da frequência “F2”, verifica-se a amplitude desse acontecimento. A tragédia em Mariana afetou toda a área em que o mar de lama gerado pela ruptura da barragem percorreu até chegar ao mar. A tragédia em Paris afetou a França, mas está relacionado à atuação do terrorismo, que é ampla.

Para a frequência “F3”, os dois acontecimentos já tiveram uma interpretação midiática, já há uma clareza dos fatos. Com os avanços tecnológicos e as possibilidades que isso produz no fazer jornalístico, com maior acesso a eventos ocorridos em várias localidades, nacionais ou internacionais, tanto Mariana quanto Paris são locais que os jornalistas da *Época* podem acessar e sobre os quais produzir materiais jornalísticos. Devido à observação de como ocorreram esses fenômenos, com suas causas e impactos conhecidos, a revista já tem respostas, ou mesmo, uma interpretação sobre as razões da tragédia e do motivo (o porquê) da tragédia em Paris.

Na frequência “F4”, o significado é pautado pelas essências de cada um dos fenômenos. O brasileiro foi uma tragédia ambiental, enquanto o internacional foi uma tragédia com forte viés simbólico. Na observação, pode-se verificar que a capa do evento ambiental é registrada com fotografia de um local atingido pelo mar de lama provocado pelo rompimento da contenção da barragem de resíduos da mineradora Samarco. A fotografia confere um registro, um retrato da realidade. Na capa do evento simbólico, é produzida por uma arte, que tem a Torre Eiffel como símbolo da França em um ambiente sombrio, remetendo a um imaginário. Nesse sentido, o primeiro impactou o meio ambiente, algo concreto, enquanto que o segundo tinha Paris como alvo, possivelmente por representar os ideais iluministas e liberais.

Para a frequência “F5”, os dois acontecimentos já tinham sido retratados em outras mídias. A ideia do que cada um deles representa já era conhecido pelo público, mesmo que superficialmente. Era esperada uma capa que tivesse tanto um quanto outro acontecimento em destaque, para ter uma noção mais precisa, apenas com uma avaliação por pesquisa de opinião.

A frequência “F6” também é válida para os dois eventos, que foram inesperados. O público não tinha acesso às condições de manutenção das barragens e nem foi alertado de um acidente iminente. Da mesma forma, o terrorismo tem o aspecto de surpresa para que os alvos sejam atingidos, já que, na maioria das vezes, conta com poucas pessoas, poucos recursos belicosos, mas alvos bem definidos. O público também não tem acesso à definição de quando esse acontecimento poderia ocorrer. Assim como o público, a mídia também não sabia que esse evento iria acontecer.

Considerando a frequência “F7”, temos um conceito de continuidade. O acontecimento em Mariana não se resumiu a uma fratura na barragem, mas às consequências ambientais geradas pelos resíduos espalhados por toda a área afetada. Essa notícia não é pontual. Ela gera consequências que afetam os brasileiros. O acontecimento em Paris é colocado como um marco do terrorismo nas ações de enfrentamento com a civilização ocidental, e as medidas para o combate dessas práticas também serão contínuas.

A frequência “F8” está se referindo à composição noticiosa. Os dois não são mais eventos tão inéditos e já foram explorados por outras mídias. Mas, considerando que é uma capa nova, ou a primeira abordagem da publicação sobre essa temática, os dois temas assumem importância. Os dois ainda não tinham sido explorados, e a revista não poderia deixar de noticiar. E os dois acontecimentos tiveram uma ampla cobertura por outros veículos noticiosos.

Já a frequência “F9” posiciona o evento internacional em um patamar mais alto, mais importante, que o evento brasileiro. A França é um dos países mais ricos do mundo, representa muito para o Ocidente. O Brasil é um país emergente, que pouco influencia os demais países do globo em aspectos simbólicos. Nesse sentido, França é considerada uma nação das elites, e assume maior importância.

Considerando a frequência “F10”, sob o ponto de vista da noticiabilidade a tragédia em Paris é mais importante do que a de Mariana. Enquanto no Brasil a tragédia

afetou os moradores das regiões mais próximas às barragens, população pobre e periférica, a da França envolveu locais públicos, em circuitos comuns a várias personalidades. Os ataques ocorreram no “Stade de France”, na “Rue Alibert”, no shopping “Les Halles”, na “Rue de Charonne”, na “Rue de la Fontaine-au-Roi” e no Bataclan. Esse último, uma casa de shows, ou sala de espetáculos, com vários artistas.

Quanto à frequência “F11”, a ação dos envolvidos é mais explicitada no evento terrorista em Paris. Determinadas pessoas, ideologicamente mobilizadas, agiram disparando em vários alvos franceses, com uma intenção clara. No evento brasileiro, foi a irresponsabilidade dos gestores que gerou a tragédia. Em outras palavras, uma “não-ação”. O acontecimento brasileiro, embora tenha atingido mais pessoas, foi resultado de uma falha na manutenção das barragens, uma negligência gerencial, gerado a partir de um acidente, que poderia ter sido evitado. Já o acontecimento internacional foi resultado de uma intervenção terrorista provocada e intencional.

Ao analisar a frequência “F12”, os dois acontecimentos podem ser considerados negativos. Até por isso são definidos como tragédias. Foram acontecimentos que tiveram vários mortos, e pânico, gerado pelo mar de lama no Brasil, e pelo terrorismo na França. O primeiro de natureza acidental e o outro provocado. Claro, que em âmbitos diferentes, devido a suas naturezas distintas. Os dois são notícias, isso é óbvio, mas a importância de um é colocada em uma escala maior do que a outra. Como visto anteriormente, isso é determinado culturalmente.

Galtung e Ruge (1993) definem a importância de determinado acontecimento do mundo pela quantidade de frequências que elas possuem. E isso é um parâmetro para que esse acontecimento seja noticiado. Tanto em aspectos do que é notícia, pelas seleções e distorções dos *media*, até para o destaque que essa notícia tem no veículo em que ela está materializada.

Segundo essa análise, o acontecimento em Paris tem maior quantidade de frequência em relação ao de Mariana. Acumulou, segundo esses critérios, uma pontuação, que em termos metodológicos resultam em valores noticiosos, conferindo maior importância a um acontecimento do mundo. Diante desse critério, a notícia dos ataques terroristas em Paris foi o mais dotado de noticiabilidade. E, pela capa da revista ser o espaço de maior visibilidade, o acontecimento merecia figurar na chamada principal da publicação.

Considerações finais

A capa de uma revista é o espaço de primeiro contato com o leitor. Assim, a escolha do assunto que vai figurar na chamada principal deve ser o acontecimento mais relevante da semana, principalmente quando se trata de uma revista de notícias semanal. Isso pode ser percebido na mudança da capa da revista *Época*, em sua 910ª edição, que evidencia um critério de escolha entre dois eventos noticiosos: a tragédia ambiental brasileira e o ataque terrorista na França, com a escolha desse último. Conferir a esse evento um potencial de virar notícia faz parte do trabalho dos jornalistas. Para isso, eles utilizam os critérios de noticiabilidade, que geralmente estão internalizados em suas práticas profissionais.

Com base na teoria apresentada, os valores-notícias são mecanismos que auxiliam os jornalistas na busca dos fatos noticiosos e em critérios de relevância. Esses critérios são compartilhados pela comunidade jornalística, que sabe avaliar o que é notícia e o que deve ser apresentado ao público. Essa lógica norteia a seleção das notícias e a elevação de um evento noticioso a um patamar de notícia.

Nesse sentido, devido a um fluxo da cadeia da comunicação noticiosa, verifica-se a utilização de valores-notícia como fatores para determinar a noticiabilidade dos fatos. Galtung e Ruge definiram um sistema de valores atribuído a eventos noticiosos que demonstrou ser uma importante ferramenta, que serve de critério para embasar as decisões dos jornalistas para minimizar as dúvidas em relação a que eventos ocorridos no mundo devem ser priorizados na apresentação ao público. Portanto, esses critérios podem auxiliar o jornalista na identificação dos fatos mais relevantes para o exercício de sua atividade profissional.

Referências

- ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- AMARAL, Luiz. **Jornalismo**: matéria de primeira página. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário da comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. **A estrutura do noticiário estrangeiro**. In: TRAQUINA, Nelson (Orgs.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.

FERREIRA JUNIOR, José. **Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico-visual**. São Paulo: Senac, 2003.

LUCAS, Alexandre. A duas capas desta semana. **Época**: Globo, 2015. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/faz-caber/noticia/2015/11/duas-capas-desta-semana.html>> Acesso em: 14/11/2015.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 6. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

PIEDRAHITA, Manuel. **Jornalismo moderno: história, perspectivas e tendências rumo ao ano 2000**. Lisboa: Plátano, 1993.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2009.